

Jeroen Theunissen (1977) (poetry international web)

De meeste mensen associëren gedichten met rijm en romantiek, met gevoel en met persoonlijke betrokkenheid. Maar poëzie kan ook iets heel anders zijn. Poëzie kan ook een bijzondere, kritische vorm van spreken zijn. Een genre waarin vanop een beschouwelijke afstand kritisch wordt gereflecteerd op de maatschappij waarin het functioneert en op het gangbare taalgebruik in die maatschappij. Een genre dat zichzelf niet buiten de wereld plaatst, maar dat zich er expliciet in positioneert. Poëzie kan, in die zin, een uitgesproken politiek genre zijn. En dat is het in de handen van de jonge Vlaamse dichter Jeroen Theunissen (1977).

In de twee bundels die hij tot nog toe publiceerde, *Thuisverlangen* (2005) en *Het zit zo* (2009), doorprikt Theunissen de taal van marketing, massamedia en de vrijemarkt ideologie. De taal van het idealisme ook, de hypocrisie van de soixante-huitards, die zich intussen maar al te graag conformeren aan de dictatuur van het burgerlijke leven en de regels van het laatkapitalistische bestaan. In een wereld die bestaat uit opgefokte en valse taal, uit 'woonwixsupplementen' en een 'toegevoegde horizon', is de vaste grond verdwenen. 'Ik woon niet meer echt', schrijft Theunissen ergens, 'niet meer in een landschap / met bomen / ik koop een souvenir'. Het enige wat nog aan het echte wonen herinnert, is de ersatz van een product dat gekocht moet worden. De titel *Thuisverlangen* wijst op deze heimwee naar een huis, naar een onbeoedelde realiteit, die niet besmet is door het virus dat consumptie heet.

De taal van marketing en reclame is vandaag in alle domeinen van het dagelijkse leven doorgedrongen. Zelfs in die van het engagement: andersglobalisme, rebellie, non-conformisme, ecologisch leven: het zijn allemaal *lifestyles* geworden die we ons op elk moment kunnen aanmeten door de juiste voorgekauwde dingen te zeggen en de juiste producten te kopen. Engagement is een keuze geworden die bepaald wordt door de markt. Zelfs de vrijwilliger die op een Zuid-Amerikaanse bioboerderij gaat werken, een personage uit een van Theunissens prozaboeken (hij schreef er inmiddels vier), volgt uiteindelijk een modetrend. Aan de logica van de markt en de marketing valt op geen enkele manier te ontsnappen.

In zijn gedichten legt Theunissen niet alleen het behaagzieke en inhoudsloze taalgebruik bloot van de massamedia (zo citeert hij één gedicht lang letterlijk een interview, om er op die manier de leegheid van te tonen), hij zoekt en vindt ook een manier om er zelf niet ten prooi aan te vallen. Door stilistische eigenaardigheden in te bouwen, zinnen die ongrammaticaal zijn, woorden die de gewone volgorde komen verstoren, onttrekt hij de taal aan de handen van de managers en marketeers, en laat hij er opnieuw de mogelijkheden en de kracht van zien. Die wilde, "ongepaste" flarden zijn doorkijkjes naar de werkelijkheid als dusdanig, naar taal die niet gecorrumpeerd is door het neokapitalistische discours en die weer samenvalt met zichzelf.

Daar ligt dan ook het werkelijke engagement van de dichter, weet Theunissen: in het geloof dat er een blijvende mogelijkheid bestaat om aan deze 'wereld van laissez-faire en neokapitalisme' te ontsnappen. En die mogelijkheid heet kunst. Theunissens tweede bundel *Het zit zo* bevat, meer dan zijn dichtersdebuut, gedichten die eenvoudigweg mooi durven te zijn. Waar *Thuisverlangen* vooral een krampachtige zoektocht is naar werkelijk engagement, naar een manier om zinvolle actie te ondernemen tegen het 'land van geld' waarin de dichter leeft, lijkt de dichter zich er in *Het zit zo* bewust van te zijn dat die actie misschien alleen maar in zijn poëzie hoeft te liggen.

Is het überhaupt nog mogelijk geëngageerd te schrijven in een wereld 'die zo hard zijn amusement en zijn engagement van de daken schreeuwt' dat er alleen nog 'geruis' te horen is? Ja, erkent Jeroen Theunissen. Je moet er tegen dichten. Poëzie kan de mechanismen blootleggen die achter het geschreeuw schuilgaan. Poëzie kan de schoonheid van het concrete terug laten zien in de chaos van het geruis. Poëzie neemt de taal terug uit de klauwen van managers en marketeers,

die haar geïnstrumentaliseerd hebben. In zijn tweede bundel is Jeroen Theunissen zich daar meer dan ooit van bewust en dat is, om het in onpoëtische termen te zeggen, pure winst.

Bart Van der Straeten